inspira Book!



PROMO 1001

Bab 16

Promo-promo

Agar produk dari bisnis anda dapat di kenal masyarakat, maka dalam pemasarannya anda perlu melakuakn promosi (promo) mengenai produk anda. Promosi ini dapat anda lakukan baik via online maupun offline, dengan iklan, brosur ataupun banner. Promosi merupakan suatu bagian dan faktor pendukung penting dalam dunia bisnis sehingga tidak sedikit yang rela melakukan promosi secara besar- besaran. Dengan adanya kegiatan promosi, maka diharapkan akan terjadinya peningkatan angka penjualan dan

keuntungan. Untuk lebih memahami peran

promosi, maka anda perlu mengetahui pengertian, fungsi/tujuan serta manfaat promosi.

Promosi berawal dari ,ide penjualan yang tidak lain adalah langkah untuk terus mengembangkan produksi perusahaan. Catat semua ide yang telah anda rencanakan baik itu untuk jangka panjang dan jangka pendek. Setelah barang selesai diproduksi langkah selanjutnya bagaiamana cara menjual barang hingga habis. Terkadang ide muncul begitu saja dimana dan kapan saja. Alangkah baiknya bila menemukan ide segera dicatat.

Anda bisa meniru langkah orang lain untuk ide penjualan yaitu amati dengan cermat, tiru dengan sebaik –baiknya dan modifikasi dengan ide yang sudah dikumpulkan. Pelanggan bisa memotivasi penjualan kemana arahnya akan pergi. Catat semua ide dalam buku ketika membuka dan membacanya kembali anda akan ingat banyak ide cermelang yang bisa dijalankan. Jangan sampai anda mati ide dalam penjualan karena puncak pengukuran kesuksesan perusahaan berada dalam proses penjualan.

1. Pengertian

Promosi (promo) adalah usaha untuk memberitahukan atau menawarka produk atau jasa pada konsumen dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli produk atau jasa. Promosi juga diartikan sebagai usaha pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen sehingga terdorong untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Melakukan promosi tentunya melibatkan komunikasi dengan calon konsumen sehingga kemampuan untuk bisa komunikatif dengan konsumen sangat penting karena pelaku promosi harus bisa

membujuk serta mempengaruhi calon

konsumennya.

Dalam praktik promosi, promosi mencakup penjualan perseorangan, dan penjualan massal. Pada prakteknya, meski pelaksanaan promosi di lakukan oleh penjual/produsen, terkadang pihak konsumen juga secara tidak langsung bisa ikut menjadi agen promosi, yaitu dengan menjadi reseller atau menginfokan di media online bahwa ia sedang menggunakan/ memakai produk anda.

Lebih jauh lagi ketika and

amelakukan promosi, pastikan anda

memiliki tujuan yang jelas dan pasti

sehingga promosi yang anda lakukan tidak sia-sia, karena tujuan promosi merupakan dasar dalam keseluruhan program promosi. Terlebih lagi, dengan di tunjang oleh teknologi modern di dunia online, maka anda bisa memanfaatkan aplikasi chat android dan jejarign sosial anda untuk memperluas jangakauan promosi produk anda, dan promosi anda akan lebih banyak di lihat oleh masyarakat.

Sebelum anda melakukan promosi anda baiknya mengenal lebih dulu tenatng

Tips dan Triks Menyusun Strategi Pemasaran

Bagi anda yang baru memulai bisnis dan masih mengalami kesulitan mengenai bagaimana cara mempromosikan dan memperkenalkan produkmu pada khalayak, berikut beberapa tips dan trik yang patut anda jadikan referensi:

Konsistensi

Konsistensi merupakan suatu upaya yang dilakukan secara terus menerus/ajeg terlepas dari berbagai hambatan ataupun rintangan yang akan menghadang.

Konsistensi ini harus diterapkan saat anda

menjalankan bisnis termasuk dalam melakukan strategi pemasaran. Misalkan konsistensi dalam menentukan area pemasaran, terlebih dahulu disusun perencanaan pemasaran mengenai lokasi-lokasi target pemasaran dan selanjutnya pada realisasi pemasaran dilakukan secara konsisten. Konsistensi dapat memberikan keuntungan pada cost atau biaya yang digunakan dalam pemasaran, serta meningkatkan efektivitas dari penciptaan merek.

Perencanaan

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya,

perencanaan itu perlu diprioritaskan dalam suatu usaha atau bisnis termasuk kegiatan marketing-nya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan serta-merta tanpa mempertimbangkan strength, weakness, opportunity, serta threat pada akhirnya akan memberikan hasil yang sia-sia. Perencanaan atau planning dalam pemasaran dapat meliputi beberapa hal misalnya mengenai anggaran marketing, strategi marketing, jangka waktu marketing (pendek/menengah/panjang), dan hal-hal penting lainnya yang berhubungan dengan marketing.

Strategi

Setelah anda menyusun perencanaan mengenai berbagai hal yang diperlukan dalam kegiatan pemasaran produk atau usahamu, hal yang selanjutnya perlu dilakukan ialah menyusun strategi yang sesuai. Strategi dalam pemasaran ini ialah upaya yang digunakan untuk mendukung perencanaan agar berjalan baik saat realisasi. Beberapa hal yang dapat diterapkan untuk strategi pemasaran misalnya ialah penentuan target khalayak yang dituju, bagaimana cara menangkap

hati para konsumen, bagaimana cara mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen, dan beberapa hal-hal penting yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Target Market

Dalam menyusun strategi pemasaran satu hal yang harus diingat ialah menentukan dan mendefinisikan mengenai khalayak atau market yang menjadi target. Dalam hal ini misalnya menentukan segmentasi dari market dengan mengkategorikan berdasarkan status ekonomi sosial (SES),

atau berdasarkan kategori lainnya.

Penentuan target market ini bisa juga berdasar pada kluster atau area yang akan disasar, ataupun berdasarkan hal-hal lain yang sejalan dengan tercapainya target market. Dengan menentukan serta menedefinisikan target market yang dituju akan memberikan kemudahan pada realisasi kegiatan pemasaran.

Anggaran

Rencana anggaran merupakan hal yang harus direncakan dalam menyusun strategi marketing. Dalam menyusun anggaran

memerlukan ketelitian serta keakuratan

sehingga dapat memberikan rincian yang akurat mengenai alokasi yang digunakan untuk strategi pemasaran.

1. Marketing Mix

Penyusunan strategi marketing menerapkan pula marketing mix. Marketing mix meliputi hal-hal yang berkaitan dengan produk, harga, tempat, dan promosi. Hal ini misalnya mengenai pertimbangan ulang produk atau jasa yang ditawarkan, harga yang sesuai, area distribusi dan target market yang dituju serta bagaimanan upaya promosi yang tepat untuk diterapkan.

2. Website

Salah satu media pemasaran yang paling

efektif saat ini ialah media online misalnya website, Twitter, Facebook ataupun Instagram. Hal ini dikarenakan di era saat ini media online khususnya website merupakan sumber utama referensi konsumen dalam menentukan preferensi dalam mengonsumsi. Dengan memiliki website sebagai sarana utama pemasaran produk akan meningkatkan jumlah penjualan produk.

3. Branding

Branding merupakan suatu upaya untuk menjadikan produk atau jasa dari suatu bisnis menjadi lebih dikenal khalayak atau konsumen. Secara sederhana branding

merupakan cara untuk membuat konsumen

aware terhadap produk dari usaha bisnis yang anda miliki. Besar ataupun kecil skala usaha yang anda miliki alangkah lebih baik apabila memiliki brand yang dapat membedakan dengan produk lainnya.

4. Promosi dan Iklan

Salah satu kegiatan dalam menyusun strategi marketing yakni melakukan promosi dan iklan. Dengan menerapkan strategi promosi dan iklan yang efektif akan mampu meningkatkan penjualan dari produk.

5. Customer Relationship Management

Selain hal-hal tersebut dalam strategi marketing, pengelolaan hubungan dengan pelanggan pun menjadi hal yang patut

diperhatikan. Pengelolaan konsumen ini

berkaitan dengan penjagaan loyalitas dan konsistensi konsumen. Upaya-upaya ini dapat diwujudkan dengan memberikan benefit kepada konsumen misalnya dengan member card, diskon, doorprize dan hal-hal menarik lainnya.

Tips dan trik tersebut patut anda jadikan rujukan dalam pengelolaan bisnis anda. Kecil ataupun besar skala usaha yang anda miliki bukan menjadi alasan untuk tidak menerapkan strategi pemasaran yang baik. Dengan menerapkan strategi pemasaran dapat membuat usaha anda berkembang ke arah yang lebih baik.

Ok, setelah ini kita akan masuk ke teknis

pelaksanaan strategi marketing, mulai dari teknik-teknik marketing yang cocok diterapkan oleh pemula.

5 Prinsip Dasar Marketing Untuk Pemula Anda adalah marketer pemula? Belum tahu apa yang harus dikerjakan? Lakukan saja hal-hal sederhana berikut. Walaupun terkesan simpel, jika dilakukan secara terus-menerus dan konsisten, anda bisa memetik keuntungan yang signifkan.

1. Mengenali produk

Marketing hampir sama dengan presentasi atau berpidato, sebelum naik ke podium

anda harus mengetahui tema dan

menguasai isi naskah, dengan begitu anda tidak akan mengalami kesulitan menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan. Begitu pula halnya dalam marketing, sebelum mencari pelanggan untuk memasarkan produk, anda harus sudah tahu apa yang akan anda pasarkan dan anda juga harus sudah siap dengan berbagai serangan pertanyaan dari calon konsumen. Jadi kenalilah produk anda (anda bisa bertanya kepada senior atau mencari di internet jika ada informasi yang kurang jelas), dengan begitu anda sudah siap untuk memasarkan produk anda.

2. Jangan emosional dan mudah marah saat melakukan presentasi produkmu

Jika anda adalah tipe orang yang gampang tersulut emosinya atau temperamental, sebaiknya anda menahan diri anda ketika sedang memasarkan produk. Bukan tidak mungkin beberapa calon konsumen yang anda temui adalah tipe orang yang sangat menjengkelkan, bertele-tele dan akhirnya tidak membeli apa pun. Jadi kuasai dan kendalikan diri anda terhadap orang-orang seperti ini dan perbanyaklah bersabar. Ini adalah cobaan terberat dalam marketing, jika mereka bertanya maka jawablah pertanyaan mereka (bagus atau tidaknya jawaban anda juga bisa mempengaruhi

calon konsumen). Meskipun anda merasa sebal dengan konsumen yang terus bertanya, sebaiknya anda tetap bersikap sopan dan tersenyum. Bagaimana pun juga, mereka adalah target. It's ok?

3. Jangan hanya mementingkan hasil akhir

Ini sangat penting bagi anda para pemula. Kenapa? Karena ketika interview kerja anda pasti ditanya "apakah anda siap bekerja dengan target?" kemudian "Jika anda tidak mencapai target apakah anda siap mengundurkan diri?" ini akan menjadi pertanyaan yang sangat menakutkan karena anda pasti menjawab "Ya" agar bisa diterima bekerja. Bukan begitu?

Dan ketika diterima bekerja akhirnya ini

menjadi sebuah beban yang harus ditanggung karena anda takut dipecat jika penjualan tidak mencapai target.
Banyak orang yang salah kaprah dengan hal ini sehingga seringkali mereka menghabiskan energi pada pertanyaan "Apa yang akan saya lakukan jika tidak mencapai target?" dan hasilnya yang muncul adalah energy positif. Sedangkan pertanyaan yang harus anda jawab sebenarnya adalah "Bagaimana saya bisa mencapai target?"
Jadi fokuskan diri anda pada strategi untuk mencapai target bukan hasil akhir yang kita semua juga tidak tahu jawabannya. Dan jangan takut pada target yang harus dicapai,

buang semua pikiran negative yang ada di

otak anda dan berproseslah secara maksimal. Karena hasil yang anda dapatkan adalah sesuai dengan usaha yang anda lakukan saat proses.

4. Mindset

Kalau anda adalah seorang telemarketer pemula, maka anda wajib merubah mindset anda terhadap penolakan.
Kenapa? Karena kita harus memiliki pola pikir bagaimana merubah penolakan atau tidak jadi membeli menjadi menunda pembeli. Contohnya, anda sedang menawarkan sebuah produk kepada teman anda dan kemudian dia menolaknya, maka

biarkan dia menolak tapi anda jangan

pernah melupakannya begitu saja karena dia tidak membeli produk anda, anda harus tetap berhubungan dengan teman anda, misalnya lewat sms, email, telepon dll. Karena mungkin dia akan berubah pikiran dan membeli produk anda. Siapa tahu?
Jadi jika ada yang menolak produk anda, maka anda harus tetap oprtimis pada calon konsumen yang datang selanjutnya guys.

5. Komunikasi

Ini adalah prinsip paling dasar dalam marketing, sebagai marketer anda diharuskan bisa melakukan komunikasi dengan pelanggan anda agar produk anda

terjual. Jadi ketika anda bertemu dengan

banyak orang, anda bisa langsung menghampiri mereka dan berbasa-basi tentang produk anda, jangan hanya duduk diam dan menunggu ada orang yang akan menghampiri anda, karena itu mustahil kecuali anda sudah membuka toko di tepi jalan.

Nah, simpel kan? Tapi , tunggu dulu. Dalam marketing, ada pula berbagai metode yang nggak boleh dilakukan. Metode-metode tersebut keliatannya ampuh, tapi ternyata udah kuno dan nggak cocok lagi diterapkan di masa kini. Seperti apa metode tersebut? Ini penjelasannya:

Tinggalkan Teknik Marketing yang Sudah Kuno ini

Jaman sudah berubah, pola pikir konsumen juga sudah berubah. Dan ini adalah saatnya anda juga harus berubah, ganti strategi marketing anda yang sudah kuno dan temukan cara baru untuk menarik pelanggan. Di bawah ini saya akan menuliskan beberapa teknik marketing yang sudah harus anda tinggalkan.

1. Tinggalkan brosur

Kenapa saya katakan seperti ini? Karena kebanyakan orang yang menerima brosur

pasti akan membuang brosur yang anda

berikan ke tong sampah. Apalagi jika anda memberi brosur dengan cara sedikit memaksa, seperti mengejar pelanggan yang tidak mau menerima brosur anda (saya banyak menemui kejadian seperti ini di mall). Jadi mulai sekarang, tinggalkanlah brosur anda, selain untuk menghemat uang untuk membuat brosur lebih baik anda memikirkan teknik yang lain untuk membuat orang lain merasa tertarik dan membeli produk yang anda tawarkan. Catatan, tinggalkan juga cara lama dengan menempel brosur di tiang listrik, dinding dan di dekat lampu lalu-lintas. Percayalah, tidak akan ada yang membacanya apalagi

dengan brosur yang kecil seperti itu. Jadi

sebaiknya simpan uang dan tenaga anda untuk memikirkan cara yang lebih efektif tapi membawa hasil.

2. Menjebak, memaksa konsumen untuk datang ke website-mu
Jika konsumen online di masa lalu lebih mudah tertipu dengan arahan anda sehingga anda lebih mudah mengarahkan mereka ke halaman toko online anda dan anda bisa menjebak mereka dengan kebutuhan palsu untuk membeli barang- barang yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan. Maka hari ini adalah berbeda, konsumen hari ini lebih pandai

melihat dan menilai cara pemasaran anda.

Jadi sebaiknya hindari cara ini dan mulai melihat apa yang benar-benar mereka butuhkan.

3. Mengirim e-mail tentang produk anda secara acak dan asal-asalan
Kenapa?

Karena cara ini benar-benar tidak efektif kecuali jika anda tahu atau mengenal mereka, kebiasaan membeli mereka, dan barang apa yang mereka butuhkan (karena sangat tidak mungkin anda bisa mengetahui kebiasaan orang lain, kecuali anda memang ditakdirkan untuk menjadi peramal dan sayangnya tidak ada orang yang percaya

dengan ramalan). Jika anda mengirim e-

mail, pastikan itu dalam bentuk surat bukan kartu pos dan pastikan jika anda memang menawarkan sesuatu yang memiliki nilai dan dibutuhkan. Misalnya, memberikan sampel gratis dank upon yang masih berlaku (bukan kupon kadaluarsa). Apakah anda sudah mengerti?

4. Terlalu berpatokan pada statistik

Jangan pernah mengandalkan data statistic dari sebuah lembaga dan blah, blah. Karena orang yang tidak menguji dan melakukan analisis sendiri terhadap produk yang mereka pasarkan adalah orang yang

ditakdirkan untuk gagal (mungkin kata-kata

ini terlalu kejam, tapi memang begitulah realita yang ada). Jadi untuk mendapatkan hasil yang memuaskan anda perlu fokus dan mencoba sendiri sebuah cara untuk membuktikan apakah strategi tersebut berhasil atau tidak, bukan mengandalkan kata dari orang lain.

5. Jangan memberikan testimoni palsu Biasanya banyak orang yang menggunakan testimony palsu untuk menarik perhatian konsumen agar memberi produk mereka, kalau tidak terstimoni hasil karangan anda

sendiri makan itu adalah testimony dari

orang yang sengaja dibayar atau dari tetangga dan teman sendiri. Sebaiknya anda tidak menggunakan strategi seperti ini lagi sekarang.
Kenapa? Karena pelanggan sudah lebih

pintar memilah produk yang sudah terbukti dan hanya abal-abal, yang parahnya lagi anda bisa dituntut dan mendekam di penjara jika ada konsumen yang melaporkan jika produk yang anda jual palsu. Oleh karena itu, sebaiknya tunjukkan kualitas produk anda dan biarkan mereka membuktikan sendiri. Ini penting untuk kredibilitas pihak ketiga dan membangun kepercayaan konsumen anda.

Nah, sekarang kita coba masuk ke teknik-

teknik marketing yang sebenarnya. Seperti yang kita tahu, ada sangat banyak teori marketing di dunia ini. Saya mencoba merangkum 51 di antaranya, yang kira-kira masih relevan dan cocok untuk diterapkan. Berikut

2. Fungsi dan tujuan

   Pelaku promosi tentunya memiliki tujuan dalam usaha mempromosikan produknya, tujuan dari pelaku promosi yaitu;

   - Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial

Agar calon konsumen mengenal produk anda, maka anda harus melakukan promosi sebagai bagian dari menyebarkan informasi. Ketiak anda menyebarkan informasi mengenai produk anda melalui promosi, maka anda juga perlu menenetukan target konsumen untuk promosi anda, agar lebih mudah mencapai target. Dengan menentukan target pasar terlebih dahulu, maka akan mempermudah kerja anda.

➢ Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba

Promosi yang anda lakukan memiliki fungsi dan tujuan yang tidak lain adalah untuk menaikkan penjualan. Jika promosi anda mampu menarik perhatian yang besar, maka permintaan penjualan anda juga akan semakin naik dan salag satu produk anda berpotensi menjadi best-seller.

➢ Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan

Dengan melakukan

promosi anda bisa mendapatkan pelanggan baru dan menigngkatkan jumalah pelanggan anda. Sekain besar dan luar jangkauan promosi yang anda lakukan maka akan semakin besar peluang anda untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan. Promosi yang anda lakuakan ini juga dapat menjaga loyalitas and adengan pelanggan lama anda, dan membangun hubungan baru dengan pelanggan baru.

- Untuk menjaga kestabilan

penjualan ketika terjadi lesu pasar

Promosi juga berguna untuk menjaga kestabilan bisnis anda ketika permintaan menurun. Tentunya dengah di barengi diskon atau bonus sehingga pelanggan akan tertarik untuk memanfaatkan kesempatan diskon dan bonus. Dengan melakukan promosi seccara berkala, maka bisnis anda akan tetap eksis untuk jangaka waktu yang lama.

➢ Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing

Agar produk anda tampak lebih unggul di banding produk lain maka lakukan lah promosi secara besar-besaran, gunakan model atau berikan testimoni mengenai produk anda agar pelanggan merasa yakin dan mau membeli produk anda. Sediakan sample yang meyakinkan agar pelanggan tertarik dengan produk anda dan juga sebagai pembanding

antara produk anda dengan produk lain.

➢ Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Promosi dapat membantu anda untuk meningkatkan citra produk anda di mata konsumen. Jika anda melakukan promosi secara berkala, maka konsumen akan memandang usaha anda sebagai usaha yang up to date dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan begitu,

konsumena akan merasa

nyaman dan loyal dalam menjadi pelanggan anda dan bila memungkinkan, pelanggan setia anda akan menyebarkan produk anda kepada konsumen dengan cara berbagi cerita atau hanya sekedar menunjukkan produk anda via jejaring sosial.

3. Manfaat promosi

Dalam dunia bisnis online, promosi memiliki sejumlah manfaat penting selain untuk melariskan produk anda, juga untuk meningkatkan usaha anda.

Beberapa manfaat dari promosi di dunia bisnis online yaitu;

- Mengetahui produk yang diinginkan para konsumen

Manfaat promosi yang pertama yaitu dengan adanya promosi anda bisa semakin tau mengenai produk apa yang di inginkan konsumen. Sehingga anda bisa semakin kreatif dan inovatif dalam menjual/ memproduksi produk baru. Dengan promosi, anda juga dapat secara langsung mengukur selera pasar

sehingga anda bisa mengetahui apa yang konsumen sukai dari produk anda dan apa yang tidak mereka sukai dari produk anda.

- Mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk

  . Dengan adanya promosi anda bisa mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk. Anda jadi memiliki peta mengenai produk anda, mana yang

paling laris di pasaran maka itu lah yang akan anda perbanyak. Jika anda sudah mengetahui apa yang di harapkan konsumen dan apa yang dibituhkan konsumen dari produk anda, maka segera tingkatkan mutu, kualitas dan lengkapi kekurangan pada produk anda.

- Mengetahui cara pengenalan dan penyampaian produk hingga sampai ke konsumen

Promosi membantu anda mengenali cara pengenalan dan penyampaian produk hingga ke konsumen, sehingga anda mengetahui bagaimana supaya produk anda bisa di terima oleh masyarakat. Untuk mengetahui pengenalan dan penyampaian, anda harus memiliki kemampuan yang komunikatif dengan konsumen anda. Sehingga anda bisa mengenal konsumen anda lebih dekat.

- Mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran

Untuk mengatahui harga yang sesuai dengan konsisi pasar dan konsumen, anda dapat mengetahuinya dengan melakukan promosi. Promosi akan memberi anda informasi secara langsung tentang kondisi pasar serta harga yang di terima oleh konsumen pada produk yang anda tawarkan.

- Mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasinya

Kegiatan promosi akan membantu anda untuk mengetahui persaingan dalam pasar serta memberi anda pengetahuan baru mengenai cara-cara promosi yang efektif. Anda dapat terus belajar dalam untuk mempromosikan produk anda dengan menggunkan strategi yang bervariasi. Promosi juga bermanfaat untuk menjadi pelindung dari strategi pesaing bisnis yang agresif.

4. Cara promosi

Untuk melakukan promosi secara luas di dunia bisnis online, ada beberapa cara yang bisa anda gunakan yaitu;

- Melalui e-mail

Promosi melalui email/ email marketing maka anda agar email promosi yang anda kirimkan efektif maka anda perlu melakuakn *campaign*. Caranya, bualtal

daftar tujuan yang terperinci

sebelum anda mengirim email kepada calon konsumen anda. Lalu kenali target pasar anda seperti karakteristiknya sehingga anda mengetahui kebutuhan apa yang dibutuhakan konsumen melalui penawaran anda. Kemudian, ciptakan brand yang menarik agar konsumen menjadi penasaran dan mencoba mengulik brand produk anda. Selanjutnya, ketahui kebutuhan pelanggan anda

dengan cara memberi

rekomendari, jawaban dan pertimbangan ketika anda melakukan Interaksi dengan pelanggan. Berikutnya, sampaikan pesan anda pada konsumen semabari anda juga mengembangka landing page anda.

- Melalui aplikasi chat

Jika anda memilih aplikasi chat androin untuk promosi, maka anda harus membuat grup, Berkan nama grup penjualan anda dengan nama

yanga menarik, foto serta

informasi yang jelas mengenai bisnis anda. Bila perlu beri keterangan mengenai produk apa saja yang anda jual. Jangan sungkan utnuk meminta bantuan kontak anda untuk share mengenai produk yang anda tawarkan. Tambahkan teman-teman di kontak anda sebagai member di grup aplikasi chat anda. Gunakan gambar atau video untuk melancarkan promosis anda. Lakukan promosi secara

berkala sehingga usaha anda

akan tampak eksis dan up to date.

- Media sosial

Banyaknya media sosial atau jejaring sosial seperti facebook, twitter, instagram, dan g+ dapat anda manfaat sebagai media promosi. Di jejaring sosial ini anda juga perlu membuat grup yang berkaitan dengan bisnis anda. Usahakan dalam kolom "about" anda memberi detail

yang jelas mengenai produk

anda, tujuan serta apa saja yang anda jual. Isilah dengan konten yang menarik yang berkaitan dengan promosi anda. Gunakan foto profil yang menarik. Bila perlu setiap anda mengelurkan produk baru jadikan itu sebagai gambar utama. Sertakan video testimoni agar konsumen dapat melihat dan percaya dengan produk anda. Invite lah teman-teman jejaring sosial anda sebagai member di

grup anda. Sertakan hastag

agar dapat mebgalihkan perhatian pembaca untuk mengulik lebih jauh mengenai produk yang anda tawarkan.

- Pasang iklan dengan spesifik

Sebagai langkah pencarian karyawan, ada baiknya anda mempublikasikan lowongan pekerjaan dari usaha anda di media massa. Koran, majalah dan internet adalah

beberapa contohnya. Jangan

lupa sertakan syarat – syarat yang wajib dipenuhi calon pelamar pada setiap publikasi anda. Sertakan job description yang mendasar, serta kriteria – kriteria khusus yang memang benar – benar anda butuhkan untuk mengisi posisi pada perusahaan anda. Buatlah publikasi lowongan kerja tersebut sedetail mungkin, agar anda tak perlu lagi menyeleksi dengan proses yang berbelit – belit karena terlalu banyak

pelamar yang tidak memenuhi

kriteria harapan anda.

Untuk menunjang promosi anda, maka anda juga perlu untuk mempelajari skill pr (public relations). Public relations mencakup serangkaian aktivitas yang luas di mana bisnis mengelola hubungan dengan bagian yang berbeda dari masyarakat, misalnya pelanggan, media, masyarakat lokal, pemasok, karyawan dan investor.

Tujuan utama dari public relations adalah :

- Untuk mencapai publisitas yang menguntungkan tentang bisnis
- Untuk membangun citra dan reputasi bisnis dan produk- produknya, terutama di antara pelanggan
- Untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan dan stakeholder lainnya

➢ Public relations, yang sering disingkat hanya untuk "pr", memiliki beberapa

keunggulan dibandingkan iklan dalam hal promosi :

- Tidak ada biaya langsung dibuat untuk pr, meskipun bisnis akan perlu membayar untuk departemen pr sendiri atau konsultan pr eksternal
- Pr ini bisa dibilang lebih kuat karena pesan bisnis berkomunikasi melalui pr sering lebih bisa dipercaya daripada dibayar untuk iklan

Namun tidak ada jaminan bahwa pr akan mencapai target pasarnya,

sedangkan iklan harus ditampilkan

karena ruang di koran dibayar. Sponsorship adalah jenis khusus hubungan masyarakat dan semakin populer, terutama dengan bisnis yang lebih besar. Sebuah bisnis akan mensponsori suatu acara, tim atau individu dalam rangka membangun brand awareness. Tujuan sekundernya mungkin untuk menekankan mandat sosial atau etika, tetapi kebanyakan sponsorship benar-benar memiliki tujuan primer untuk kepentingan komersial.

Masih banyak seluk beluk mengenai

promosi, yang perlu kita ketahui. Promosi yang diangga sebagai langkah menarik pelanggan menjadi hal penting dalam dunia bisnis. Maka, ada

8 Langkah Menarik Pelanggan Online Shop

Berbisnis memang tidak dapat terlepas dari yang namanya pelanggan. Pelanggan adalah hal yang penting untuk mendominasi berjalannya suatu bisnis. Begitupun dengan berbisnis online shop. Melakukan bisnis online shop juga perlu membutuhkan

banyak pelanggan supaya produk yang

ditawarkan laku terjual di khalayak masyarakat. Dalam hal ini, berbisnis online shop tentunya mencari pelanggan ataupun konsumen di dunia maya menjadi alternatif yang baik, sehingga harus memiliki cara atau strategi tertentu supaya mudah dikenal dan mudah mendapatkan banyak pelanggan mempercayai bisnis yang dijalankan. Berbisnis online shop tentunya harus memiliki langkah dalam menjalankan bisnis yang baik serta dapat mendapatkan pelanggan yang banyak.

Mendapatkan banyak pelanggan memang

tidak mudah apalagi bisnis yang dilakukan tidak saling tatap muka dengan pelanggan ataupun konsumen. Tentunya harus mempunyai trik khusus supaya mendapatkan kepercayaan pelanggan. Dengan mendapatkan banyak kepercayaan dari pelanggan secara otomatis akan meningkatkan jumlah pelanggan produk bisnis online shop Anda. Ada banyak langkah untuk menarik pelanggan online shop di antaranya:

1. Gunakan aplikasi SEO atau mesin pencari SEO adalah mesin pencari yang merupakan aplikasi khusus dalam web. SEO biasanya

digunakan untuk aplikasi pencarian infomasi

yang terkandung dalam web sehingga pengunjung web akan mudah mendapatkan informasi yang diinginkan dengan hanya mencari kata kunci saja. Dengan aplikasi SEO maka jelas akan memudahkan para pelanggan untuk mencari produk yang diinginkan dalam web tempat iklan produk bisnis online shop Anda dengan cepat sehingga akan banyak pelanggan yang tertarik berkunjung ke website online shop yang dijalankan. Disamping itu, SEO juga sebagai alat untuk menarik simpati serta kepercayaan dari para pelanggan karena dengan adanya aplikasi ini tentunya pelanggan ataupun konsumen akan

semakin percaya bahwa bisnis yang dikelola

memang benar-benar nyata dan tidak hanya tipuan semata. Untuk itu, supaya menarik minat para pembeli ataupun pelanggan, gunakanlah aplikasi SEO dalam website tempat iklan produk bisnis online Anda.

2. Promosikan produk dengan iklan yang menarik
Iklan adalah hal yang sangat penting untuk menarik perhatian para pembeli. Apabila iklan yang dibuat semakin menarik maka jumlah pengunjung dan pelanggan yang tertarik dengan produk yang Anda tawarkan akan semakin banyak. Sebaliknya, jika iklan yang dipasang dalam website tidak menarik

dan membosankan saat dilihat maka akan

sedikit pelanggan yang tertarik dengan produk yang diiklankan.

3. Adakan seminar website dalam pemasaran
Hal ini jelas terasa asing bagi para pembaca mengenai seminar website. Seminar website adalah bentuk seminar online yang diadakan di website masing-masing. Mengadakan seminar website caranya hanya mengundang seputar website pelanggannya untuk sekedar melihat ataupun mengunjungi website dan untuk mendapatkan informasi seputar apa yang diunggah dalam website yang mengadakan

seminar tersebut. Seminar website

sebenarnya kurang menarik karena sekarang sudah jarang ditemukan sistem seperti ini lagi. Biasanya masyarakat hanya mengandalkan praktis saja yaitu dengan update status terbaru dalam beberapa detik ataupun menit.

4. Tambahkan media pemasaran saat membuat iklan

Media pemasaran adalah tambahan media-

media yang menarik seperti gambar, fotografik ataupun video sehingga akan menambah ketertarikan para pelanggan terhadap produk yang diiklankan. Semakin

menarik media yang diunggah bersama

iklan maka akan semakin banyak pelanggan yang tertarik dengan produk yang diiklankan. Selain hal diatas, menambahkan media pemasaran secara tidak langsung juga akan mengenalkan produk kepada masayarakat dengan cepat. Adanya aplikasi seperti foto dan video maka produk akan semakin mudah dihafalkan masyarakat sehinggan produk yang ditawarkan akan lebih terkenal dan pelanggan tentunya akan menjadi semakin banyak.

5. Gunakan aplikasi SEM saat mengiklankan produk

SEM adalah kata kunci dalam mesin pencari

yang dibuat dari para pemilik web untuk memudahkan para pelanggan guna mencari produk yang diiklankan sehingga produk akan cepat muncul ketika para pelanggan mencari kata kunci yang telah dibuat. SEM hampir sama dengan system pay per click yaitu setiap pelanggan mengakses dan mencari kata kunci yang telah dibuat maka dengan seketika pelanggan akan melihat iklan yang Anda buat, bedanya dengan PPC adalah pelanggan akan dikenai biaya, namun jika SEM ini tidak dikenakan biaya sama sekali.

6. Perbanyak pengaksesan menggunakan alat komunikasi

Dengan mengakses website sebagai ajang penjualan online menggunakan alat komunikasi seperti web, blog, twitter dan lai-lain, tentunya akan semakin banyak pelanggan yang mudah menemukan produk yang diiklankan. Dengan menggunakan alat komunikasi lain seperti smartphone ataupun tablet, maka pengaksesan tidak terbatas. Selain itu, dengan menggunakan telepon genggam juga akan memudahkan pelanggan dalam mencari produk yang diinginkan tanpa harus menggunakan PC saat ingin berbelanja online shop Anda. Dengan demikian maka akan semakin

meningkat pelanggan dalam bisnis online shop yang tengah dijalankan.

7. Promosikan produk di berbagai media online

Media online adalah alat yang sangat cocok untuk mengembangkan bisnis online shop yang tengah dijalankan. Dengan mengiklankan produk di media social lain, tentunya akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan jelas pembeli akan semakin banyak. Selain itu, dengan mempromosikan melalui berbagai media sosial lain maka jelas akan lebih mudah mengenalkan bisnis online shop Anda kepada masayarakat sehingga bisnis akan

mudah terkenal dan pelanggan akan meningkat dengan cepat.

8. Adanya humas dalam bisnis online shop Kehumasan jelas sangat penting dalam memantau keluar masuknya keuangan serta aliran konten bisnis yang tengah dijalankan sehingga akan semakin mudah dalam mengembangkan bisnis serta akan semakin mudah pula dalam mendapatkan banyak pelanggan atau konsumen tetap.Dalam melakukan kehumasan tentunya seorang pebisnis tidak dapat melakukan humas sendiri, ini membutuhkan orang lain dalam memantau pro dan kontra yang timbul dari kegiatan bisnis yang dijalankan. Namun jika

bisnis yang dijalankan masih tergolong kecil,

humas dapat dilakukan sendiri demi menghemat pengeluaran keuangan bisnis. Demikian sekilas uraian tentang langkah dalan menarik pelanggan online shop.

Agar lebih mantap maka kami menambahkan tentang strategi marketing sebagai bagian dari promosi.

51 Teknik Marketing Sakti di Dunia Bisnis

1. Cause Marketing

Coba berikanlah alasan lebih bagi para pelanggan supaya mereka bersedia membeli produk anda. Langkah awal, coba

renungkan apa inti dari bisnis anda.

Kemudian, cari hal bermanfaat apa yang bisnis anda dapat salurkan bagi masyarakat yang membutuhkan sambil melibatkan para pelanggan anda secara langsung dalam

kampanye produkmu.

Contoh sebuah bisnis yang telah

menerapkan teknik marketing ini adalah

Toms Shoes. Tidak seperti bisnis lainnya

yang melakukan promosi beli 1 gratis 1

untuk setiap pembelian produk, Toms Shoes menyelenggarakan acara amal di setiap transaksi pembelian sepatu. Jika pelanggan membeli 1 pasang sepatu, maka secara langsung mereka turut menyumbangkan 1

pasang sepatu juga untuk orang

membutuhkan. Tentu saja lewat teknik ini, pelanggan akan lebih rela membeli produk anda karena turut membantu orang lain.

2. Close Range Marketing

Pergunakanlah SMS, wifi atau bluetooth untuk mengirimkan promosi produk maupun servis ke setiap ponsel atau gadget lain kepada para pelanggan atau calon pelanggan dengan jarak terdekat. Ini akan membuat pesan tersebut lebih personal dan langsung mengenai target market yang sesuai. Nama lain dari Close Range Marketing juga biasa disebut dengan Proximity Marketing.

3. Relationship Marketing

Daripada anda terus berjualan produk saja, cobalah untuk membangun relasi lebih dalam dengan pelanggan. Pelanggan yang merasa menjadi bagian dari perusahaan anda akan merasa senang mengeluarkan uangnya untuk membeli produk-produk terbaru dan lebih mencintai brand tersebut. Banyak sekali pebisnis tradisional menyadari fakta ini.

Tidak jarang pelanggan tersebut akan senantiasa membeli produk anda secara online tanpa datang ke tempat tersebut, serta mengikuti perkembangan brand.

Selain itu, seringkali pelanggan akan

merekomendasikan brand anda ke teman- teman terdekatnya. Jadi, selalu jaga hubungan baik dengan para pelanggan ya.

4. Transactional Marketing

Menaikkan penjualan merupakan sebuah perjalanan menantang bagi setiap sales atau penjual, terutama bagi bisnis dengan produk yang sudah stabil penjualannya di masyarakat. Agar penjualan tersebut terus stabil dan bahkan meningkat, maka pebisnis harus berpikir lebih kreatif agar bisa memenangkan hati pelanggan.

Salah satu cara umum adalah dengan

memancing para pelanggan untuk membeli menggunakan kupon dan diskon. Mengadakan promo pembelian serta acara pada waktu tertentu juga merupakan ide bagus. Umumnya, para pengusaha berskala besar mengadakan acara promosi secara rutin untuk mengundang para pelanggan lama agar selalu mengunjungi toko mereka.

5. Scarcity Marketing

Dalam beberapa pasar, sangat penting untuk mengontrol berapa banyak produk tersebut dapat diedarkan di masyarakat pada waktu tertentu. Biasanya, produk buatan tangan dan produk berkualitas

tinggi menerapkan cara ini karena sulit

untuk mendapatkan bahan mentah sebagai bagian dari produksi. Hanya pelanggan tertentu saja yang memiliki akses untuk membeli produk ini.

Terkadang, para marketer juga menerapkan teknik ini untuk membuat para pembeli lebih penasaran terhadap produk mereka. Sehingga, permintaan akan semakin meningkat dan harga ditawarkan juga lebih bagus. Rolls-Royce telah menerapkan cara ini dengan meluncurkan sebuah mobil edisi China dengan nama Phantom secara terbatas dan membuat mobil ini langsung terjual dengan cepat.

6. Word of Mouth Marketing

Teknik ini adalah sebuah pembagian informasi secara langsung pada saat para pelanggan bertemu dengan orang-orang terdekatnya. Umumnya, orang-orang sangat menyukai untuk berbagi kabar terbaru tentang produk favorit mereka. Banyak sekali pelanggan yang dapat mendapatkan informasi berharga melalui aktivitas tersebut. Ciptakan juga sebuah keunikan atau topik yang dapat dibahas saat bergosip ria di café, kampus, maupun tempat kerja.

Dalam Word of Mouth, para pelanggan dapat belajar satu sama lain serta

mengetahui dengan pasti kualitas dari

produk tersebut bukan dari iklan, namun dari orang yang telah menggunakannya. Konon, testimonial atau pendapat langsung dari pelanggan lebih terpercaya daripada iklan di televisi atau billboard.

7. Call to Action (CTA) Marketing

Metode ini berupa konversi jumlah kunjungan website dalam bentuk angka, kalimat, atau grafik untuk mempermudah pengunjung melihat statistik website tersebut secara langsung. Semakin banyak kunjungan tertera, tentu saja membuat kredibilitas sebuah website meningkat dimata pelanggan dan membuat mereka

percaya dalam bertransaksi. Buatlah pelanggan yang bergerak untuk mendapatkan produk tersebut.

8. Viral Marketing

Teknik ini dapat dilakukan dengan membuat sebuah video yang sangat unik dan membuat para pelanggan ingin membagikan video ini kepada orang lain. Jika video tersebut terkenal, akan banyak orang yang membahas tentang produk tersebut dan produk anda menjadi pusat perhatian banyak orang. Buatlah arti tersendiri dengan citra diri produk anda.

Setiap peluncuran produk baru, coba buatlah ciri khas tersendiri dari produk tersebut dan ciptakan sebuah momen dimana pelanggan wajib memilikinya. Contohnya saja iklan Coca Cola dengan tema share with happiness, yang mewajibkan setiap pembeli untuk membuka botol Coca Cola dengan bantuan botol lainnya untuk menciptakan komunikasi di dunia digital ini.

9. Diversity Marketing

Ciptakan sebuah produk yang dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan dari berbagai segmen, budaya, rasa, kepercayaan, dan lainnya. Jangan

mengkotak-kotakkan pelanggan karena hal

ini akan menghambat perkembangan bisnis anda pula. Contoh yang paling mudah adalah brand air mineral. Apabila produk anda diperlukan oleh semua orang, tentu saja penjualan akan sangat tinggi.

10. Undercover Marketing

Terkadang, menyimpan beberapa informasi rahasia tentang spesifikasi produk yang sebenarnya dapat menimbulkan rasa penasaran dan membuat pelanggan ingin mencoba produk tersebut. Contohnya saja, trailer film bioskop umumnya dapat membuat penonton penasaran dengan

keseluruhan kisahnya dan pergi ke bioskop untuk menyaksikan film secara langsung.

11. Mass Marketing

Perusahaan besar umumnya membutuhkan volume penjualan yang besar pula agar mereka bisa terus berkibar dengan megah di industrinya. Penggunaan mass marketing juga dapat menurunkan biaya variabel barang secara keseluruhan karena diproduksi dalam jumlah sangat besar. Jadi, keuntungan lebih banyak dan barang terdistribusi lebih merata.

Perusahaan Walmart telah menerapkan sistem ini. Walmart adalah sebuah channel

supermarket terbesar dan sangat ahli dalam

menerapkan mass marketing agar produk lebih murah dan volume penjualan menjadi besar. Sehingga para pembeli tidak pernah kehabisan barang dan selalu mendapat harga terbaik.

12. Seasonal Marketing

Setiap tahun, pasti terdapat bulan tertentu dimana anda dapat menggaet pelanggan baru. Contohnya saja bagi usaha pariwisata dan perhotelan dapat mengeluarkan diskon pembelian tiket pesawat maupun akomodasi untuk acara seperti natal, lebaran, dan lain sebagainya. Meskipun

hanya sesaat, teknik ini dapat meningkatkan

penjualan secara drastis.

13. Public Relation Marketing

Salah satu teknik marketing paling utama adalah hubungan masyarakat atau humas. Para marketer dapat bekerja sama dengan berbagai media untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat kelebihan seputar produk mereka. Serta, apabila terdapat saat- saat genting dimana terjadi kesalahan dalam peluncuran produk, seorang humas berperan sangat penting untuk mengubah keadaan dalam waktu singkat. Sebagai seorang humas berkualitas, bertemanlah dengan seluruh media yang ada.

14. Online Marketing

Inilah salah satu teknik marketing yang paling banyak digunakan sekarang. Dimulai dari teknik iklan banner sampai iklan pop up yang membuat para pengunjung sebal, para marketer selalu berusaha mencari cara untuk mendapatkan perhatian pelanggan. Apapun teknik online marketing anda, selalu tujukan kepada target market yang tepat dan jangan asal-asalan dalam memilih sebuah forum.

15. E-mail Marketing

Adanya dunia internet membuat para pelanggan semakin sering mengecek e-mail

daripada membaca surat berupa kertas yang

dikirim melalui pos. Oleh karena itu, sekarang banyak sekali perusahaan menggunakan e-mail sebagai media dalam mengirimkan brosur serta informasi produk terbaru. Cara ini juga lebih cepat dan efektif untuk berhubungan secara langsung dengan pelanggan.

16. Evangelism Marketing

Ketahui siapa para pelanggan yang betul- betul mencintai produk anda dan rela memberikan apa saja agar bisa mendapatkan produk tersebut. Cari orang tepat dan cocok untuk merepresentasikan ciri khas produk anda kepada orang lain.

Gambarkan bahwa produk tersebut dapat

melebur dengan ciri khas pribadi para pelanggan melalui foto atau video agar tampak lebih nyata.

17. Event Marketing

Membuat sebuah acara pada saat tertentu adalah cara efektif untuk meningkatkan penjualan. Seringkali para pelanggan mencari alasan untuk menunggu acara tertentu sebelum memutuskan untuk membeli produk yang diinginkan. Contohnya saja, jika ingin membeli barang bermerk, maka mereka akan menunggu pada saat awal bulan dan ada diskon 50%.

18. Offline Marketing

Offline marketing tidak berarti tergusur atau punah kedudukannya karena munculnya teknik online marketing. Sebaliknya, banyak perusahaan besar memanfaatkan hal unik dari offline marketing digabungkan dengan teknologi terbaru. Biarkan pelanggan merasakan secara langsung produk yang ditawarkan daripada sekedar melihat gambarnya saja di internet.

19. Outbond Marketing

Hal utama dan tidak boleh dilupakan oleh pebisnis adalah memberikan informasi bagi calon pelanggan potensial agar mereka tahu bahwa anda serius dalam menjalankan

bisnis tersebut meskipun tergolong baru.

Ketika Microsoft melakukan penjualannya untuk pertama kali, mereka mengidentifikasikan setiap calon pelanggan potensial sebelum akhirnya menghubungi masing-masing dari mereka untuk bertemu secara langsung. Giatlah mencari pelanggan potensial di masyarakat sampai bisnis anda benar-benar diketahui banyak orang.

20. Direct Marketing

Agar pelanggan senantiasa mengingat anda, selalu berkomunikasi dengan pelanggan maupun calon pelanggan secara langsung melalui e-mail, pesan, pembagian brosur, dan lain sebagainya. Pasarkan produk secara

langsung dengan metode terbuka agar

semua orang dengan mudah melihatnya. Melalui pesan langsung, pelanggan juga merasa lebih diperhatikan serta menaikkan nilai produk anda.

21. Inbound Marketing

Tidak jarang pelanggan akan menghubungi perusahaan anda untuk menanyakan kepentingannya masing-masing. Nah, saat inilah merupakan kesempatan tepat bagi anda untuk menawarkan produk lain agar pelanggan dapat menambah total belanjaan atau servis tambahan. Tentu saja jangan menyerang pelanggan dengan langsung menawarkan produk atau jasa tersebut,

biarkan pembicaraan mengalir dengan sempurna.

22. Freebie Marketing

Apabila produk anda tergolong baru, coba terapkanlah Freebie Marketing. Buatlah sebuah promosi bagi-bagi produk gratis agar pelanggan dapat mencoba produk tersebut. Apabila produk bagus, maka tentu saja pelanggan akan mencari anda untuk pembelian kedua dan seterusnya. Coba juga menjual produk dengan harga dibawah rata-rata selama periode waktu tertentu untuk menaikkan kunjungan pelanggan. Cara ini juga dapat diterapkan oleh produk

lama untuk mengembalikan kedudukan bisnisnya ke tempat semula.

23. Newsletter Marketing

Cara seru untuk mempromosikan sebuah bisnis adalah dengan menulis sebuah artikel surat kabar yang menggambarkan betapa berkualitasnya performa dari bisnis anda. Melalui surat kabar, maka pencitraan yang baik akan terbentuk serta membuat produk lebih terpercaya karena diliput secara langsung. Kirimkan surat kabar (surat kabar) secara rutin untuk para pelanggan anda.

24. Article Marketing

Bagi industri dimana keahlian sangat

dihargai, artikel dapat menjadi salah satu alat paling berpotensi untuk menonjolkan pengetahuan dan keahlian perusahaan. Beberapa inovasi dapat dibagikan dalam bentuk artikel lalu dibagikan untuk pelanggan. Pelanggan akan lebih yakin karena mereka percaya anda mengetahui seluruh seluk beluk mengenai produk atau jasa yang anda tawarkan.

25. Content Marketing

Tulis dan terbitkanlah sebuah konten untuk mengedukasi para pembeli potensial mengenai produk serta servis yang ada. Sadarkanlah bahwa mereka memerlukan

perusahaan anda untuk memenuhi apapun

kebutuhan mereka. Cara ini dapat menjadi efektif untuk mempengaruhi alam bawah sadar pelanggan tanpa memperjual belikan produk secara langsung.

26. Tradeshow Marketing

Banyak sekali produk yang harus dicoba terlebih dahulu sebelum pembeli mau melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Contohnya saja, tentu anda tidak mau membeli sebuah mobil keluaran terbaru tanpa merasakan performa mobil tersebut secara langsung. Oleh karena itulah, umumnya perusahaan mobil menyediakan fasilitas uji coba menyetir atau

test drive agar pelanggan dapat merasakan

terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan membeli.

Sebuah acara perkumpulan dimana para pelanggan akan diundang untuk mencoba beberapa sampel produk juga merupakan opsi tepat. Ford Motor Company telah mengorbankan begitu banyak waktu, biaya serta tenaga untuk menyelenggarakan sebuah event peluncuran produk secara rutin setiap tahunnya. Perjuangan inipun terbayar karena pelanggan dapat mendapat keuntungan menjadi orang pertama untuk mencoba mobil tersebut dan akhirnya melakukan pembelian.

27. Search Marketing

Belakangan ini, apabila ada beberapa pertanyaan, anda tidak akan bertanya ke orang-orang disekitar, melainkan langsung membuka halaman Google. Serta, Google jauh lebih baik dalam menjawab pertanyaan tersebut serta menyediakan berbagai tipe jawaban yang bisa dipilih sesuka hati. Maka, manfaatkanlah hal ini dan merangkaklah menjadi halaman teratas di mesin pencarian Google.

Google telah membantu banyak perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya ke arah yang lebih baik. Sekecil apapun lingkup

bisnis anda, peluang menjadi bisnis internasional dalam waktu singkat sangatlah besar. Dibandingkan dengan iklan biasa di buku telepon, lebih baik beriklan di Google karena anda dapat menggaet seluruh orang di dunia untuk melihat produk yang ditawarkan. Internet memang metode sangat efektif sekarang ini.

28. Direct Marketing

Beriklan dan promosikanlah produk dan servis kepada pelanggan dengan menggunakan berbagai peralatan digital termasuk komputer, ponsel, dan tablet. Digital Marketing bisa dibilang memiliki ciri khas sama dengan Internet Marketing.

Ketika anda sudah mendapatkan daftar siapa saja target pelanggan, maka buatlah perjanjian kerjsama dengan beberapa kurir surat untuk mendistribusikan katalog secara langsung di rumah pelanggan.

Direct Marketing adalah salah satu cara efektif agar setiap informasi terbaru dapat diperoleh secara langsung bagi para pelanggan lama serta calon pelanggan potensial. Terdapat banyak isu negatif tentang metode ini karena pelanggan tidak ingin diganggu dengan surat tidak penting yang hanya memenuhi kotak surat mereka. Tetapi, sebagai pebisnis cerdas anda dapat mencari cara lain yang lebih menarik

sehingga pelanggan selalu menanti-nanti kabar terbaru dari langsung dari perusahaan anda.

29. Niche Marketing

Menemukan sebuah market terselubung dan memenuhi segala kebutuhannya dapat dideskripsikan sebagai salah satu dari sekian banyak resep rahasia untuk memperlebar sayap bisnis diantara pesaingan ganas dari kompetitor. Mari mencoba mengambil satu contoh tipe bisnis, yaitu bisnis sepatu. Terdapat banyak sekali permintaan sepatu dar seluruh penjuru dunia dan banyak perusahaan kelas atas berlomba-lomba menciptakan desain paling baru dan unik.

Diantara persaingan yang sungguh padat dan penuh sesak tersebut, terdapat sebuah kelompok masyarakat yang masih tidak terpenuhi kebutuhannya. Vans, sebuah perusahaan sepatu ternama di dunia, mengetahui hal ini, yaitu kebutuhan para pemain skateboard untuk sepatu yang cocok digunakan di papan skateboard masih belum tersedia. Dengan berfokus untuk memenuhi pasar khusus ini, Vans mengembangkan bisnisnya keseluruh dunia.

30. Drip Marketing

Drip Marketing juga termasuk dalam strategi komunikasi yang akan mengirimkan

sebuah pesan yang sudah disiapkan sejak

awal secara rutin dan dalam waktu tertentu yang akan diatur oleh perusahaan. Pesan ini umumnya disebarkan dalam bentuk e-mail serta melalui social media. Tujuannya, agar pelanggan selalu ingat dan tahu bahwa anda masih berada dalam bisnis tersebut.

31. Community Marketing

Ajaklah para pelanggan untuk ambil bagian dalam sebuah percakapan antar pelanggan. Melalui fasilitas ini, mereka akan mendapatkan kenalan dan komunitas baru, serta selalu teringat pada produk anda. Selain itu, sediakan tempat khusus dimana pelanggan dapat menyalurkan aspirasi serta

kritik untuk memperbaiki kinerja perusahaan

secara keseluruhan.

Daripada anda selalu membombardir pelanggan dengan iklan mengenai produk, lebih baik anda juga menerapkan pendekatan lain yaitu berkomunikasi secara langsung dengan mereka. Cara ini dipercaya lebih efektif dan meningkatkan rasa loyalitas pelanggan. Selain itu, Community Marketing dapat menjadi langkah awal untuk word of mouth marketing.

32. Social Media Marketing

Seiring perkembangan teknologi dan menjamurnya penggunaan internet ponsel,

bisa dikatakan bahwa mayoritas masyarakat

mengenal dan memiliki minimal satu akun social media. Selain menghemat banyak biaya, iklan di social media dapat memperkenalkan bisnis dengan sangat cepat dan luas. Tidak diperlukan banyak orang untuk mengatur iklan ini, satu orang saja sudah cukup untuk berinteraksi dengan seluruh pelanggan.

Bagi pebisnis yang masih awam dan baru menerbitkan akun social media untuk usahanya, dapat memancing pelanggan untuk mengikuti atau menjadi teman di social media dengan cara membagikan produk gratis untuk sekian pengikut awal,

atau memberikan hadiah khusus bagi

pelanggan beruntung apabila telah mencapai pengikut sebanyak 1 juta.

33. Cross-Media Marketing

Integrasikan beberapa media yang anda miliki menjadi satu dan berikan kelengkapan informasi tersebut kepada pelanggan. Maka, anda dapt membuktikkan pada pelanggan bahwa bisnis tersebut memang bisnis besar dan juga transparan dalam memberikan informasi. Pelanggan tentu akan lebih percaya serta lebih yakin dalam menggunakan produk maupun jasa anda.

34. Business to Business (B2B) Marketing

Didalam teknik B2B Marketing, antara

individu satu dengan lainnya atau organisasi satu dengan lainnya akan bekerja sama. Jadi, kerja sama ini memperbolehkan bisnis tersebut untuk menjual produknya di tempat bisnis rekannya yang kebetulan dapat saling melengkapi satu sama lain atau mungkin menjual produk serupa.

Disini, mereka dapat memakai produk tersebut sebagai pelengkap atau menggunakannya sendiri. Contoh produk sebagai pelengkap adalah ayam KFC di Indonesia. Selain menjual ayam, KFC juga menjual berbagai produk minuman ringan. Nah, produk minuman inilah yang

merupakan salah satu bentuk B2B dan telah

bekerja sama dengan KFC untuk mendistribusikan produk mereka ke seluruh gerai KFC.

Sedangkan contoh produk untuk digunakan secara pribadi sesuai kepentingan perusahaan adalah IBM atau International Business Machines. Mereka menawarkan produk komputer untuk digunakan di berbagai perusahaan dan kantor pemerintahan diseluruh dunia. Produknya pun berguna untuk memperlancar aktifitas di dalam organisasi tersebut.

35. Promotional Marketing

Ini adalah salah satu strategi bisnis

marketing yang didesain untuk menstimulasi keinginan pelanggan membeli sebuah produk. Terdapat beberapa teknik dari promotional marketing untuk membantu stimulasi tersebut, diantaranya adalah:
1. Kontes. Setiap pelanggan tentu akan merasa senang jika memenangkan sebuh hadiah. Adakan sebuah kontes dimana pelanggan tertarik untuk berpartisipasi didalamnya. Kontes akan memberikan kesadaran serta pengetahuan seputar produk anda kepada pelanggan. Selain itu, anda dapat memperoleh sederet pelanggan baru melalui acara kontes ini.

2. Kupon. Berdasarkan survey, kupon

dengan nominal tertentu dan syarat pembelian khusus dapat membantu perusahaan anda menaikkan jumlah penjualan produk serta tingkat kesadaran pelanggan menjadi semakin tinggi. Penggunaan kupon mengurangi biaya promosi karena kupon yang diberikan nantinya akan kembali ke anda. Ditambah lagi, pelanggan wajib membeli produk lain untuk menggunakan kupon tersebut. Jadi, hal ini tidak ada ruginya bagi bisnis, terutama bisnis baru.

3. Sampel. Memberikan beberapa tester produk kepada pelanggan mungkin dianggap tindakan yang merugikan perusahaan. Namun, coba bayangkan saja, dengan memberi tester, pelanggan akan melakukan pembelian dalam jumlah besar apabila produk tersebut benar-benar berkualitas dan sesuai kebutuhan. Beberapa perusahaan makanan secara rutin memberikan tester makanan bukan untuk memperkenalkan produk, tetapi agar pelanggan selalu membeli lagi dan lagi saat menjumpai produk mereka.

36. Ambush Marketing

Para pengiklan menggunakan strategi marketing ini untuk menghubungkan produk mereka dengan acara-acara menarik tanpa perlu mengeluarkan uang untuk membayar biaya sponsor atau kerjasama. Tentu saja, acara yang diselenggarakan harus selaras dengan karakteristik usaha anda. Disini, para pebisnis dapat memanfaatkan acara untuk memperkenalkan bisnis mereka kepada target market yang tepat.

37. Business to Customer (B2C) Marketing

Tujuan utama dari B2C Marketing adalah untuk membuat para pembeli umum menjadi seorang pelanggan. Para marketer

didalam B2C akan memanfaatkan metode seperti tampilan menarik, pembelian khusus, diskon, kupon dan aneka model lainnya untuk membuat para pembeli mau membeli produk tersebut. B2C marketing berfokus pada transaksi dalam jangka pendek serta ingin mendapatkan perhatian lebih dari pelanggan secepat mungkin.

38. Cloud Marketing

Ini adalah metode terbaru dalam dunia marketing. Disini, seluruh aset dan peralatan marketing akan dipindahkan secara online sehingga para pelanggan dapat menggunakan, merubah, mempersonifikasi dan membagikan informasi tersebut kepada orang lain dengan mudah. Amazon.com telah menerapkan cara ini untuk memancing pelanggan membeli buku digital, film, dan juga acara televisi didalam sebuah rak digital yang hanya dapat diakses oleh pelanggan tersebut melalui gadget pribadi mereka.

39. Mobile Marketing

Marketing melalui ponsel sudah menjadi wabah didalam dunia bisnis. Terutama, semenjak penggunaan smartphone telah meraja lela di berbagai kalangan dalam masyarakat. Mobile Marketing dapat memberikan informasi seperti waktu, lokasi, serta informasi pribadi. Marketer dapat

dengan mudah membagikan informasi seputar produk kepada seluruh pelanggan dengan sekali klik.

40. Alliance Marketing

Sebuah kerjasama antara dua bisnis serupa atau betul-betul berbeda namun saling melengkapi dapat membawa pengaruh besar dalam mempromosikan sebuah produk. Jadi, bisnis tersebut akan meraup keuntungan dari dua market berbeda dengan kerjasama ini.

41. Reverse Marketing

Didalam teknik marketing ini, tujuan utama bukan supaya marketer mencari lebih

banyak pelanggan. Sebaliknya, teknik ini bertujuan agar pelanggan giat mencari bisnis atau produk anda. Biasanya, cara marketing ini dilakukan melalui iklan tradisional di televisi, billboard, brosur, dan juga social media. Perbedaannya, marketing biasa membuat iklan sedemikian rupa yang cocok untuk target market mereka, sedangkan reverse marketing menyediakan informasi menarik dan membuat pelanggan mencari dimana mereka bisa memperoleh produk tersebut melalui agen terdekat.

Pada tahun 2004, Dove pernah meluncurkan Dove Campaign for Real Beauty, berfokus pada inti dari kecantikan wanita daripada

berusaha menjual produknya. Kampanye ini

membuat lonjakan tinggi terhadap penjualan mereka dan membuat Dove membangun ulang image dari brand Dove itu sendiri. Pelanggan lebih suka melihat tipe iklan yang unik dan mencolok daripada lainnya.

42. Telemarketing

Hampir setiap orang yang pernah dihubungi oleh telemarketing tidak menyukai cara atau metode mereka dalam menawarkan produk ke pelanggan. Bagaimanapun juga, telemarketing dapat berperan penting dalam penjualan produk anda. Telemarketing adalah sebuah metode

penjualan secara langsung dimana penjual

atau pegawai anda menghubungi calon pelanggan potensial untuk membeli produk atau memesan jasa tersebut.

Biasanya, cara pendekatan dilakukan melalui telepon pribadi atau bertemu secara langsung dengan para pelanggan setelah membuat janji khusus. Telemarketing juga dapat berupa sebuah rekaman suara yang akan diputar secara otomatis di telepon melalui panggilan otomatis. Sayangnya, telemarketing telah diremehkan kemampuannya dan dianggap sebagai salah satu teknik marketing paling menyebalkan yang pernah ada.

43. Free Sample Marketing

Berbeda halnya dengan Freebie Marketing, disini tester produk akan diberikan secara gratis melalui pembelian produk serupa yang berhubungan dan dibawah satu perusahaan. Contohnya saja, produk shampoo pantene memberikan sebuah kondisioner gratis setiap pembelian 2 botol shampoo pantene ukuran 500ml. Jadi kedepannya, pelanggan akan terpengaruh untuk turut membeli kondisioner setiap kali mereka membeli shampoo.

44. Direct Mail Marketing

Perusahaan akan berkomunikasi melalui

SMS, E-mail, brosur, katalog, dan lain sebagainya. Tujuannya, agar bisa mendapatkan data seputar data diri pelanggan dan juga bagaimana aktivitas atau sejarah pembelian mereka. Komunikasi yang dibangun bersama dengan pelanggan akan membuat mereka lebih mengenal seputar produk tersebut.

Berikut adalah beberapa karakter utama dari direct mail marketing. Pertama, seluruh pesan yang dibuat ditujukan secara langsung untuk para pelanggannya. Direct marketing menyediakan sebuah layanan pelanggan gratis dimana pelanggan dapat

menghubungi nomor telepon tertera pada

website ataupun produk. Selain itu, cara ini merupakan cara umum digunakan oleh semua tipe bisnis, mulai dari bisnis kecil sampai perusahaan berskala global.

45. Database Marketing

Disini, data diri serta kebiasaan pelanggan dapat terlihat dengan jelas oleh para marketer. Jadi perusahaan bisa mengetahui dengan jelas produk favorit pilihan pelanggan dan apa yang sedang laku dipasaran. Kemudian, dengan mengelompokkan pelanggan ke kategori tertentu, perusahaan Juga dapat

memberikan iklan atau katalog sesuai

dengan kepribadian masing-masing.

Tentunya, pembagian katalog secara tepat akan meningkatkan frekuensi pembelian karena produk yang ditawarkan selalu pas dengan selera pelanggan. Sebagai konsekuensinya, dibutuhkan sebuah tempat penyimpanan atau memori komputer cukup besar agar dapat menampung data setiap pelanggan.

46. Personalized Marketing

Setiap pelanggan tentu memiliki hobi dan kebutuhan berbeda-beda. Mengetahui hal ini, beberapa perusahaan seperti Nike telah

memberlakukan Personalized Marketing, dimana para pelanggan dapat merancang sendiri sepatu Nike kesukaan mereka dengan memilih warna serta model sepatu melalui website. Pelanggan pun akan merasa senang karena dapat memperoleh produk sesuai dengan bayangan didalam pikiran mereka.

47 Affinity Marketing

Bangunlah sebuah hubungan rekan bisnis dengan perusahaan yang saling menguntungkan antara satu sama lain. Dengan metode ini, perusahaan satu dapat memperoleh penjualan lebih banyak sedangkan lainnya dapat memperoleh

pelanggan baru serta lebih memperkenalkan bisnis mereka kepada pelanggan.

48. Cult-tural Marketing

Lebih dikenal sebagai cult marketing, disini para marketer akan mengaplikasikan sebuah prinsip ilmu sosial yang dapat meraih berbagai karakteristik pelanggan tanpa membeda-bedakan atau mengelompokkan mereka kedalam kategori tertentu. Disini, setiap pelanggan dianggap setara dan memiliki kebutuhan serupa.

49. Humanistic Marketing

Setiap manusia tidak akan pernah merasa

puas dan selalu merasa kurang dengan apa yang dimiliki sekarang. Teknik marketing ini memisahkan antara kebutuhan utama seperti makanan, tempat tinggal, baju, kebutuhan social dan juga kebutuhan pribadi. Jadi, para marketer dapat menyampaikan fungsi produk secara tepat kepada setiap target market mereka.

50. Guerrilla Marketing

Teknik ini memanfaatkan kerumunan banyak orang serta kreatifitas agar biaya marketing yang dikeluarkan tidak besar dan terjangkau. Disini, para marketer berusaha membuat para calon pelanggan baru

merasa kaget dengan produk, jasa, dan

lainnya yang mereka luncurkan. Contohnya saja melalui fashion show secara mendadak ditengah pusat perbelanjaan untuk memperkenalkan tas keluaran terbaru.

51. Brand Lover Marketing

Konsep ini bertujuan untuk menggantikan cara marketing tradisional yang sudah lama. Brand Lovers dapat menyelamatkan sebuah produk lama yang ketenarannya mulai pudar. Coba cari sebuah cara agar brand anda dicintai oleh para pelanggan. Tidak mudah dalam menciptakan Brand Lover ini, namun hasil yang akan didapatkan sepadan dengan perjuangan anda. Rasa loyal dari

para pelanggan akan membuat mereka

merasa memiliki brand tersebut dan tidak akan melirik brand lainnya.

Secara keseluruhan, teknik-teknik marketing tersebut dapat diterapkan oleh setiap perusahaan. Sebelum memutuskan teknik marketing mana yang cocok untuk perusahaan, coba telitilah kembali apa sebetulnya tujuan perusahaan tersebut dibentuk. Kemudian, baru adaptasikan teknik marketing dan sesuaikan dengan kebutuhan perusahaan anda. Ingatlah bahwa bisnis tidak akan laku teknik marketing yang baik.